

12. *Шемякин А.* Документальная камера. Остановись, мгновение! [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: [http://vk.com/video50499546\\_166420783](http://vk.com/video50499546_166420783) (режим доступа – свободный).
13. *Рагожина Е.* Юрий Рост: «Я поженил текст на фотографии». [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <http://newstyle-mag.com/personalii/yurij-rost-ya-pozhenil-tekst-na-fotografii.html> (режим доступа – свободный).
14. *Пруслин Г.* Юрий Рост: «Жизнь – это жизнь». [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <http://7iskusstv.com/2011/Nomer3/Pruslin1.php> (режим доступа – свободный).
15. *Рост Ю.* Любовь в Чугунаше // Новая газета. 2012. № 119. С.23.
16. *Дегтярев А.Р.* Фотокомпозиция. Средства. Формы. Приемы. М: ФАИР, 2008. 272 с.
17. Журнал «Потребитель. Фото и техника». [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <http://www.stop-kadr.familyklub.com/showthread.php?t=484> (режим доступа – свободный).
18. *Терехова О.* Купить человека. [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <http://www.5-tv.ru/programs/broadcast/508115/> (режим доступа – свободный).
19. *Альперина С.* На Вы: Рост. [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <http://www.rg.ru/2008/02/14/rost.html> (режим доступа – свободный).

## КОНВЕРГЕНТНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА – ВЕЯНИЕ ВРЕМЕНИ

**С.Х. Барлыбаева,**

Казахский Национальный университет им. аль-Фараби (г. Алматы), профессор  
E-mail: [tv.headmaster@gmail.com](mailto:tv.headmaster@gmail.com)

**Аннотация:** цифровая эпоха меняет информационную среду, стирая грани между видами СМИ. На факультете журналистики КазНУ им. аль-Фараби в учебном процессе используются новые цифровые информационные технологии, применяемые в настоящее время в работе медиа организаций. Коммуникационная среда заставляет пересмотреть прежнюю образовательную модель подготовки журналистов и создать новую, соотносящуюся с целями и задачами конвергентной журналистики в развитии информационного общества – общества знаний. Социально-экономические изменения казахстанского общества определили направление развития новых медиа республики в эпоху глобализации и конвергенции.

**Ключевые слова:** конвергентная журналистика, новые медиа, информационно-коммуникационные технологии, глобализация, конвергенция, массовая коммуникация.

**Summary:** the digital era is changing information sphere, removing borders between the kind of mass media. There are use the new digital information technologies

on the faculty journalism Kazakh National University named after Al-Farabi, which use in the work of media organizations at present time. The communication environment are making to look over education model of preparing the journalists and create new convergence journalism in the developing information society, society of knowledge.

*Keywords:* convergence journalism, new media, information-communication technologies, globalization, convergence, mass communications.

В недалеком будущем примерно три четверти населения будет занято в области информации и в областях, связанных с коммуникацией. Все чаще к мультимедийному обращению направляется различная информация: аудиовизуальная, акустическая, вычислительная, оптическая, изобразительная, художественная, сценическая и другая. Стремясь к созданию новой глобальной информационной инфраструктуры, многие страны разрабатывают стратегию стандартизации технологий, которые позволят создать всемирную широкую совместимость между национальными системами коммуникации. Как отмечает профессор Я.Н. Засурский, «мобильная коммуникация становится важным фактором инновационного развития: она не просто телефон, но и средство получения, передачи мультимедийных текстов, фото-теле-кинокамера, цифровой, музыкальный плеер, мини-Интернет, будильник, пластиковая карточка оплаты, контроля, мини-телевизор» и другое.

Кардинальные сдвиги в техническом обеспечении коммуникационного процесса привели к появлению принципиально новых средств массовой коммуникации. Многие исследователи приходят к общим характеристикам новых медиа. Во-первых, они «привязаны» к экрану. Во-вторых, они предлагают одновременно текст, звук, видеоизображение как статичную картинку, так и движущиеся образы. Новые медиа в той или иной степени интерактивны.

В расширяющемся медиaprостранстве печать, аналоговое радио и телевидение воспринимаются как «старые», традиционные, СМИ, новые каналы доставки информации и сама информация, основанные на дигитализации, определяются как «новые медиа». Другое, предлагаемое в Интернете определение, описывает новые медиа как каналы цифровой коммуникации, в которых текст, графические и движущиеся изображения, звук представлены в едином «пакете» и которые имеют различные формы производства, распространения, приема и хранения конечного продукта.

Глобальное распространение информации и коммуникации создает возможности для свободного общения на разных уровнях: вертикальном, горизонтальном, сетевом, массовом и индивидуальном. Модели изменения медиасистем в Казахстане и за рубежом становятся похожими, а тенденция глобализации играет в этом процессе не последнюю роль. Создание различных медийных информационных контекстов требует особого умения, профессионального мастерства.

Информационно-технологическая революция активизировала внедрение и развитие новых медиа, средств массовой коммуникации (СМК). В Казахстане,

как и во всем мире, быстро развиваются: социальные сети, Интернет, кабельно-спутниковое ТВ, мобильная телефония, растет количество Web-изданий, получает распространение цифровое вещание. Новые медиа первыми реагируют на вызов времени, стремясь соответствовать новым возросшим требованиям и запросам многочисленной аудитории.

Глобальный информационный процесс сильно повлиял на развитие национальных СМК. Во всем мире происходит либерализация и глобализация информационных рынков. Одновременно с этими процессами происходит слияние компьютерных, телекоммуникационных и вещательных технологий, то есть конвергенция. Подобная интеграция приводит к тому, что информационная индустрия расширяется, стирая границы между секторами традиционных систем массовой коммуникации и создавая новые медиа-системы. Исторически эти сектора развивались отдельно, но в настоящее время благодаря технологическим новшествам идет активный процесс их интеграции.

Новые каналы доставки информации и сама информация, основанные на дигитализации, определяются как «новые медиа». Их особенностью стало изменение характера коммуникации. Новые СМИ предлагают разное интерактивное взаимодействие пользователя и производителя, а также распространителя содержания. Они дают возможность осуществлять межличностное общение. Яркое тому доказательство – развитие Интернета, социальных сетей, кабельно-спутникового ТВ, мобильной телефонии, цифрового, интерактивного вещания, за которыми – будущее коммуникации.

Использование новых информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) усиливает процесс конвергенции и ведет к построению глобального информационного общества. Как отмечает профессор, декан факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова Е.Л. Вартанова, «все чаще понятие “конвергенция” становится синонимом магистральных преобразований в медиасфере ... Конвергенция представляется процессом, который в ближайшие десятилетия может полностью изменить не только системы СМИ и коммуникации, но и различные, связанные с ними, индустрии».

Конвергенция (от лат. «convergere» – приближаться, сходиться) означает «схождение», «сближение», что в контексте медийных реформ обеспечивает разным типам СМИ новое концептуальное взаимодействие с учетом их организационно-структурного сближения или полного слияния, включая формирование новых управленческих методик для оперативного создания оригинального информационного продукта с целью его размещения в различных медийных средах и захвата внимания потенциальной аудитории [1].

Конвергенция – это и слияние рынков, и технологий, и разных видов масс-медиа, и производство медийного продукта. Современная индустрия СМИ движется к все большей интеграции с телекоммуникационным сектором, производством бытовой техники, информационным технологиям. В результате создается новый интегрированный рынок, на котором неразрывными связями скрепляются мультимедийные услуги, сетевое обслуживание, создание программных продуктов.

Свободный рынок идей в эпоху глобальной информационной инфраструктуры все больше определяется коммерческими целями, которые и диктуют стремление к либерализации. Исследователь С.Л. Уразова выявляет ряд характеристик, обуславливающих преобразования медийного рынка, которые показывают причинную связь возникновения конвергентных процессов. Вот некоторые из них:

1. Смена мономедийной среды на мультимедийную.
2. Замена классификационного названия медиа: из СМИ они трансформируются в СМК.
3. Возникает новая форма коммуникации – интерактивность.
4. Процессы глобализации с учетом использования современных цифровых технологий изменяют параболу распространения информационного продукта [2].

Профессор Г.П. Бакулев отмечает, что «происходит передача функций одних масс медиа другим, “перемена ролей” у разных каналов коммуникации, появляется возможность получать одинаковое содержание по разным каналам. В результате радикально меняются прежние представления о каналах коммуникации и информации. Сближение различных медиа, появление общих для разных каналов содержательных продуктов ведет к рождению новых интегрированных жанров» [3].

Новые СМИ увеличивают возможности коммуникации, предлагают разное интерактивное взаимодействие пользователя и производителя, а также распространителя содержания. В ходе такого процесса происходит эволюция персональной модернизации. В средствах массовой информации проявляются тенденции, которые выражаются в резком увеличении информационных потоков, в появлении новых независимых СМИ, медийных организаций, новых участников информационного процесса, в появлении электронных газет, в формировании новых информационных рынков, услуг.

Интернет и сетевые технологии послужили толчком для развития конвергентной журналистики, новых средств массовой коммуникации и изменили медиа ландшафт XXI в. Новые медиа увеличивают возможности коммуникации, предлагают разное интерактивное взаимодействие пользователя и производителя, а также распространителя содержания. В ходе такого процесса происходит эволюция персональной модернизации. В средствах массовой информации проявляются тенденции, которые выражаются в резком увеличении информационных потоков, в появлении новых медийных организаций, в появлении гражданской журналистики – блогосферы, в формировании новых информационных рынков, услуг.

Новые медиа вносят свои коррективы в жизнь казахстанского общества: расширяется кабельно-спутниковое вещание, блогосфера, мобильный Интернет, сотовая связь, социальные сети, постепенно внедряется цифровое вещание, элементы интерактивного ТВ, увеличивая доверие к электронным средствам массовой коммуникации как важному источнику информации о событиях в стране и в мире.

Согласно государственной программе «Информационный Казахстан-2020», к 2020 г. 100% домохозяйств страны должны иметь доступ к информационно-коммуникационным технологиям, 75% казахстанцев должны пользоваться Интернетом, цифровые сигналы электронных СМИ должны покрывать 95% территории и 100% образовательных учреждений должны быть связаны в единую исследовательскую и образовательную сеть [4].

В настоящее время плотность пользователей в Казахстане, имеющих доступ к Интернету на 100 человек составила 65,6%. И общее количество пользователей, имеющих доступ к Интернету в стране, составляет свыше 11 млн. человек (2013 г.). Число пользователей мобильной телефонии в Казахстане, по данным на конец 2013 г., составило 32 млн. человек (население страны – свыше 17 млн. человек). Число абонентов сотовой связи, имеющих доступ к широкополосной высокоскоростной передаче данных, превысил в 2013 г. 7 млн.

Конвергенция как понятие начинает доминировать в медиа менеджменте, включая и производство контента. Существенно влияя на сбор, создание и распространение информационного продукта, конвергенция не только кардинально изменяет подходы к управлению информацией, принципиально реконструируя организационную структуру СМИ, но и формирует новую бизнес-модель, поиск которой на медиарынке интенсивно велся на протяжении последних нескольких лет.

Глобальное распространение информации и коммуникации создает возможности для свободного общения на разных уровнях: вертикальном, горизонтальном, сетевом, массовом и индивидуальном. Модели изменения медиа-систем в Казахстане и за рубежом становятся похожими. Создание различных медийных информационных контекстов требует особого умения, профессионального журналистского, коммуникационного мастерства.

Все эти данные говорят о бурном развитии новых информационных технологий, об активном внедрении в жизнь казахстанского общества новых СМИ, новых медиа, которые непосредственно отражаются на подготовке медийных специалистов сегодняшнего дня. Базовая дисциплина магистратуры факультета журналистики КазНУ им. аль-Фараби «Конвергентная журналистика» отражает все новые тенденции в сфере журналистики и массовой коммуникации в мире и в Казахстане, акцентируя свое внимание на развитие новых медиа, социальных сетей, блогосфере, информационно-коммуникационных технологиях в процессе глобализации, дигитализации и конвергенции. Дисциплина «Конвергентная журналистика» служит основой для подготовки мультимедийных журналистов, отвечающих современным требованиям.

Цель преподаваемого курса «Конвергентная журналистика» – показать роль и значение современной журналистики на современном этапе развития информационного общества, общества знаний - как новой фазы развития цивилизации. Задачи дисциплины «Конвергентная журналистика»:

- подготовить студентов, имеющих полное представление о современной конвергентной журналистике, определить понятие «конвергенции», ее виды и концепции;

- приобрести знания в области информации и массовой коммуникации в соответствии с возросшими коммуникационными требованиями в эру глобализации, конвергенции и дигитализации;
- расширить кругозор и знания в области конвергентной журналистики, новейших и традиционных медиа;
- научить работать в конвергентной редакции, в конвергентных «ньюсрумах»;
- показать изменение информационного редакционного менеджмента в конвергентной журналистике;
- научить магистрантов работать в конвергентном процессе: мыслить, творить, писать, монтировать, снимать, фотографировать, озвучивать и другое;
- привить умения и навыки мультимедийного журналиста.

Растет привлекательность объединенных СМИ, увеличивается их капитализация, происходит экономия материальных ресурсов, более эффективное использование творческого потенциала. Конвергентная редакция – перспективная форма, новая модель деятельности журналистского коллектива. Она позволяет работу журналистских кадров сделать более оперативной, организованной и продуктивной.

В настоящее время можно выделить две основные тенденции работы конвергентной редакции: это главенствующая роль координатора, собирающего и распределяющего темы, новости, информацию. А также универсализация репортеров на местах, которые должны уметь собирать информацию для всех видов СМИ: записывать комментарии на аудио и видео носители, писать материалы для Интернет-СМИ и газет, снимать репортаж для ТВ.

Журналисты должны расширять спектр своей профессиональной деятельности: сегодня он готовит содержание для Интернета, завтра – пишет телевизионные тексты и радиоматериалы, послезавтра – материал для печатного СМИ. Это ведет к реальному освоению мультимедийности, созданию «универсального» журналиста, способного работать в любом из видов масс-медиа.

Телерадиокомплекс КазНУ им. М.К. Барманкулова на факультете журналистики КазНУ им. аль-Фараби служит базовой учебно-производственной основой для магистрантов и студентов факультета журналистики, позволяющей приобретать опыт работы в реальной журналистике, создавая условия для скорейшей адаптации магистрантов, студентов (бакалавров) к профессиональным требованиям, учитывая новые условия работы мультимедийного журналиста.

Электронные СМИ предлагают разное интерактивное взаимодействие пользователя и производителя, а также распространителя содержания. В настоящее время работа журналистов стала оперативной, мобильной. Читатель, слушатель и зритель могут обратиться с любым вопросом к создателю контента, к журналисту, модератору, телевизионному и радиожурналисту, отправив ему сообщение по электронной почте, мобильному телефону, Интернету. Эта обратная связь стала более эффективной, интерактивной за счет внедрения и бурного развития новых информационных технологий, которые облегчили работу журналистов, но предъявили к ним новые технические, мультимедийные требования, новые подходы к творческому процессу, новые формы информационного ме-

неджмента, управления коммуникационным процессом. И здесь необходим новый уровень подготовки мультимедийных журналистов, тележурналистов, за которыми будущее нашего телевидения и общего развития журналистики в стране.

Цифровая эпоха принципиально меняет информационную среду, стирая грани между видами СМИ. На факультете журналистики КазНУ им. аль-Фараби используются новые цифровые информационные технологии, применяемые в настоящее время в работе медиа организаций. Коммуникационная среда заставляет пересмотреть прежнюю учебную модель подготовки журналистов и создать новую, соотносящуюся с целями и задачами конвергентной журналистики в развитии информационного общества, общества знаний. Социально-экономические изменения казахстанского общества определили направление развития новых медиа республики в эпоху глобализации и конвергенции.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Основы медиабизнеса: Учеб. пос. для студентов вузов / Под ред. Е.Л. Вартановой. М.: Аспект Пресс, 2009. С.356.
2. Уразова С.Л. Конвергентная журналистика в цифровой медиа среде. М.: Институт повышения квалификации, 2010. С.1.
3. Бакулев Г.П. Конвергенция медиа и журналистика. М.: Институт повышения квалификации, 2002. С.79.
4. Указ Президента Республики Казахстан «О Государственной программе “Информационный Казахстан-2020” и внесении дополнения в Указ Президента Республики Казахстан от 19 марта 2010 г. № 957 “Об утверждении Перечня государственных программ”» от 4 декабря 2012 г. № 1534. [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <http://medialawca.org/posts/24-12-2012/67995.html> (режим доступа – свободный).

#### ОСВЕЩЕНИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ ПРОБЛЕМ В СМИ РОССИИ И ИСПАНИИ

**Л.И. Белова,**

Южно-Уральский государственный университет (г. Челябинск), доцент  
E-mail: Belova2005@inbox.ru,

**Е.А. Щербинина,**

Южно-Уральский государственный университет (г. Челябинск), студентка  
E-mail: scher555@mail.ru

**Аннотация:** в данной статье авторы рассматривают особенности освещения экологических проблем современными Интернет-порталами, прослеживают историческое развитие внимания к данным проблемам со стороны СМИ и общественности, а также проводят сравнительный анализ различных аспектов освещения вопросов экологии на порталах России и Испании.